

Демидчик В. А.,
магистр государственного управления,
РОО «Белорусская Ассоциация клубов ЮНЕСКО»,
Академия управления при Президенте Республики Беларусь,
г. Минск

ОБЩЕСТВЕННЫЕ ОРГАНИЗАЦИИ КАК СУБЪЕКТ РАЗВИТИЯ СОЦИАЛЬНОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА СРЕДИ ПОДРАСТАЮЩЕГО ПОКОЛЕНИЯ

Государственная молодежная политика в Республике Беларусь является стратегическим направлением социально-экономического развития общества. Молодежь – это наиболее активная часть общества, что определяет важность проведения последовательной целенаправленной политики в отношении данной социальной группы. Потенциал молодого поколения традиционно востребован в экономико-технологической, научной, информационной и социальной сферах. В проекте стратегии молодежной политики на 2020–2030 годы значительное внимание уделено развитию предпринимательской деятельности и социального предпринимательства молодежи [5].

Создание условий и возможностей для предпринимательской активности молодых граждан является одним из главных направлений молодежной политики в проекте Программы социально-экономического развития Республики Беларусь на 2021–2025 гг. [4].

Особый сегмент в структуре предпринимательства молодежи в Республике Беларусь составляет молодежное социальное предпринимательство. Экономическое развитие социально-ориентированного государства, которым является Республика Беларусь, на современном этапе не представляется возможным без акселерации такой формы активной экономической деятельности, как «социальное предпринимательство». Интегрируя в себе две стороны – социальную ориентацию и упор на получение устойчивого дохода – такая форма предпринимательства призвана частично высвободить силы и ресурсы государства в вопросе решения отдельных социально-экономических задач.

Считается, что социальное предпринимательство возникло в 1980-е гг., что связано с недостаточной эффективностью существующих ранее методов решения социальных проблем, используемых государством; расширением возможности участия граждан в разрешении вопросов социальной и экологической сфер; увеличением количества граждан, нуждающихся в социальной поддержке и изменение их социальных потребностей, что вызвало необходимость расширения перечня предоставляемых социальных услуг; активизацией деятельности общественных организаций и правозащитных движений; усилением процессов консолидации социальных групп

и сообществ; развитием гражданского общества и увеличением некоммерческих организаций; появлением новейших средств связи и информационных технологий, что является дополнительным ресурсом в деятельности по снижению социальной напряженности, обеспечению социальной стабильности, созданию благоприятной социальной среды [1, с. 7–9].

Социальные предприниматели используют присущие бизнесменам изобретательность, новаторство, упорство, способность планировать и обходиться малыми ресурсами, а также ориентированность на рост для решения самых насущных общественных проблем. Одной из активных и мобильных социальных групп, имеющей субъективные и объективные предпосылки для вхождения в среду социального предпринимательства, является молодежь, которая во все времена являлась той категорией населения, которая стремилась и стремится изменить мир к лучшему. Именно молодые люди являются «носителями» креативных и заманчивых идей и имеют время, возможности и желание, чтобы заняться совершенствованием мира. Занятие предпринимательством, а в частности, социальным предпринимательством в настоящее время является актуальной сферой деятельности для молодежи.

Молодежное предпринимательство может стать одним из главных факторов, способствующих модернизации экономики в нашей стране. Это обусловлено, прежде всего, тем, что молодые люди не боятся рисковать, потенциально способны выдерживать немалые трудовые нагрузки предпринимательской деятельности, особенно на ее начальном этапе. Они более мобильны и готовы обновлять свои знания и навыки в соответствии с быстроизменяющимися требованиями производства и рынка [3, с. 41].

Данные республиканского социологического опроса, проведенного ИАЦ во II квартале 2018 г., свидетельствуют о высокой готовности белорусской молодежи к предпринимательству: 36,5 % юношей и девушек предпочли бы открыть свое дело, еще 17,5 % – работать на частном предприятии [6, с. 170].

В настоящее время в Республике Беларусь уделяется серьезное внимание активизации предпринимательской деятельности молодежи, начиная от обучения, то есть целенаправленной подготовки к данному виду деятельности, вплоть до непосредственной поддержки инициатив молодых социальных предпринимателей. Социальное предпринимательство позволяет частично снять с государства нагрузку, связанную с финансированием социальной сферы. Поддерживая социальные предприятия, государство и общество способствует внедрению социальных инноваций, снижению уровня безработицы, решению экологических проблем и др. В период устранения последствий экономического кризиса, связанного с пандемией коронавируса, увеличение потенциала социальных предпринимателей становится особенно актуальным. Научно-критический анализ отечественной практики организации и развития молодежного предпринимательства позволяет выделить два ключевых сегмента в единой системе поддержки молодежного

предпринимательства: государственный сегмент; общественный (негосударственный) сегмент. Государственный сегмент поддержки молодежного предпринимательства представляют органы государственной власти, реализующие политику содействия развитию молодежного бизнеса в соответствии с действующим национальным законодательством. Общественный сегмент формируют общественные организации, реализующие механизмы поддержки молодежного предпринимательства на добровольной основе [2, с. 65].

Общественные некоммерческие организации активно реализуют программы развития молодежного предпринимательства.

Значительное внимание развитию молодежного социального предпринимательства уделяется республиканским общественным объединениям «Белорусская Ассоциация клубов ЮНЕСКО», которое побуждает людей играть в обществе активную роль, поддерживать и распространять идеи ЮНЕСКО, основываясь на гуманистических принципах и идеалах ЮНЕСКО. РОО «Белорусская Ассоциация клубов ЮНЕСКО» вместе с Maesens.by (благотворительный аукцион встреч) и Bel.Biz одними из первых предприняли попытку организовать и провести обучающие программы в области социального предпринимательства в Республике Беларусь. Данные организации выступили в 2013 году организаторами тренинговой программы «SocStarter». Данная программа представляет собой трехмесячный курс, в течение которого участники получают знания, необходимые для создания успешного социального предприятия.

С июня 2013 года в республике дважды в год проходит крупнейший конкурс социальных проектов – SocialWeekend (www.socialweekend.by). На этом конкурсе каждый молодой предприниматель может предложить свою социальную идею и получить финансовую помощь на ее реализацию. Участниками конкурса являются именно молодежные инициативы и команды. В рамках этапов конкурса проходит всестороннее практическое обучение участников навыкам бизнес-презентации, работы со СМИ и PR, брендингу, формированию команд и многим другим, необходимым для бизнес-успеха, знаниям. Особенностью конкурса является нацеленность на развитие в Беларуси социальных инвестиций и социального капитала.

Таким образом, социальное предпринимательство является перспективным форматом решения ряда проблем в обществе. Оно позволяет частично снять с государства нагрузку, связанную с финансированием социальной сферы. Поддержка социальных предприятий способствует внедрению социальных инноваций, снижению уровня безработицы, содействует решению экологических проблем и интеграции уязвимых групп населения в рынок труда. В Беларуси в настоящее время складывается благоприятная среда для развития социального предпринимательства среди молодежи. Однако трансформация данного потенциала в реальную предпринимательскую активность требует всесторонней поддержки со стороны институциональ-

ной среды. Особенно важными для категории молодого населения видятся инициативы, которые могут быть внедрены на уровне общественных организаций. Разработка и внедрение общественными организациями образовательных проектов в области социального предпринимательства может служить важным фактором, способным повлиять на возникновение предпринимательских намерений у подрастающего поколения и их дальнейшую реализацию в рамках запуска и развития социально значимых проектов. Образовательные программы в области социального предпринимательства позволяют обеспечить молодежи доступ к такому предпринимательскому ресурсу как человеческий капитал, а именно набору знаний, умений и навыков, необходимых в процессе создания и развития социального предприятия, а также усилить веру в собственные силы и возможности для преодоления страха перед созданием своего дела. Кроме того, указанные аспекты могут выступать в определенной степени в качестве замены необходимого бизнес-опыта, которым большинство молодых людей не обладает.

Список литературы

1. Вишнякова, М. В. Социальное предпринимательство в Республике Беларусь: социолого-управленческий аспект: автореф. дис. ... канд. социол. наук: 22.00.08 / М. В. Вишнякова. – Минск, 2017. – 22 с.
2. Груздев, Ю. В. К проблеме государственной поддержки молодежного предпринимательства / Ю. В. Груздев // Государственное и муниципальное управление в XXI веке: теория, методология, практика. – 2015. – № 18. – С. 63–67.
3. Дворецкая, С. Поддержать ростки молодежного предпринимательства / С. Дворецкая // Беларуская думка. – 2017. – № 11. – С. 40–45.
4. Основные положения проекта программы социально-экономического развития Республики Беларусь на 2021–2025 годы [Электронный ресурс]. – Режим доступа: vsebel.by/uploads/documents/osnovnye-polozeniya-proekta-programmy-soczialno-ekonomicheskogo.pdf. – Дата доступа: 08.10.2020.
5. Проект Стратегии развития государственной молодежной политики в Республике Беларусь до 2030 года [Электронный ресурс]. – Режим доступа: edu.gov.by/proekty/proekt-strategii-razvitiya-gosudarstvennoy-molodezhnoy-politiki. – Дата доступа: 08.10.2020.
6. Республика Беларусь в зеркале социологии: сборник материалов социологических исследований / Информационно-аналитический центр при Администрации Президента Республики Беларусь. – Минск, 2018. – 180 с.